

# Rhétorique lexicale, polyphonie et argument d'autorité : une analyse de cas

Céline Beaudet

Volume 28, numéro 2, 2000

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/603198ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/603198ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0710-0167 (imprimé)

1705-4591 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Beaudet, C. (2000). Rhétorique lexicale, polyphonie et argument d'autorité : une analyse de cas. *Revue québécoise de linguistique*, 28(2), 51–64.  
<https://doi.org/10.7202/603198ar>

Résumé de l'article

Nous nous intéresserons ici aux procédés de langage et à leur rôle dans la prise en charge énonciative du discours. Ces procédés consistent à produire du sens en s'appuyant spécifiquement sur les possibilités de substitutions des ressources lexicales de la langue (plutôt que sur leur mise en discours) et servent à constituer des paradigmes désignationnels, qui vont servir de supports aux jugements. À partir d'un article intitulé « Autopsie d'une mini-crise » (*Le Devoir*, 11 juillet 1998, p. A9), nous nous attardons spécifiquement aux procédés lexicaux par lesquels l'énonciateur gère les voix énonciatives de manière à consolider un argument d'autorité sur lequel toute son argumentation est fondée.

## RHÉTORIQUE LEXICALE, POLYPHONIE ET ARGUMENT D'AUTORITÉ : UNE ANALYSE DE CAS

Céline Beaudet  
Université de sherbrooke

### 1. Introduction

**L**e texte argumentatif est très imprégné de la présence de l'énonciateur<sup>1</sup>. Une bonne part de la force et du sens de l'argumentation s'articule sur les procédés de prise en charge énonciative repérables dans les discours de type argumentatif ; ces procédés font partie de l'arsenal de l'argumentateur, arsenal constitué selon Chaïm Perelman 1970 : 24 d'un ensemble de «techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses que l'on présente à leur assentiment.»

Comme stratégie, la prise en charge énonciative du discours se manifeste par des mécanismes, des procédés qui «participent à la confection de la cohérence pragmatique (ou interactive du texte)», selon Jean-Paul Bronckart (1996 : 130). Ces procédés, comme le signale Monique Lèbre 1994 : 112, peuvent être regroupés en plusieurs catégories : «Parler et/ou écrire suppose que l'on "désigne des personnes ou des objets". Ce *référent* est reconstruit dans le discours par des procédures situationnelles, discursives, syntaxiques, lexicales et cognitives (explication, définition, exemplification...)»

Nous nous intéresserons ici aux procédés lexicaux et à leur rôle dans la prise en charge énonciative du discours, en examinant leur fonction dans l'élaboration d'un argument d'autorité, dans un article particulier<sup>2</sup>. Ces procédés consistent à produire du sens en s'appuyant spécifiquement sur les possibilités de substitutions des ressources lexicales de la langue (plutôt que sur leur mise en discours),

---

<sup>1</sup> Il est aisé d'observer qu'à l'instar du discours polémique, le discours argumentatif est «tourné vers son destinataire qu'il s'agit de convaincre, séduire ou circonvenir. Ce qui veut dire que ce type de discours partagerait avec quelques autres la propriété d'être très fortement marqué énonciativement», estime Catherine Kerbrat-Orecchioni 1980b : 25.

<sup>2</sup> Henri Comte, «Autopsie d'une mini-crise», *Le Devoir*, 11 juillet 1998 : A9, reproduit en annexe.

offrant la possibilité par reformulation, anaphorisation, dénomination/désignation ainsi que par le recours aux modalisateurs lexicaux d'introduire un point de vue manifeste dans le discours. Les procédés de langage servent ainsi à constituer des paradigmes désignationnels<sup>3</sup>, qui vont servir de supports aux jugements puisqu'ils permettent de cadrer le réel de manière à ce que la thèse soutenue apparaisse logiquement déduite de la «réalité» donnée à voir dans le texte. S'ajoutant aux procédés discursifs, syntaxiques, cognitifs ou situationnels, les procédés de langage à l'oeuvre dans les mécanismes de prise en charge énonciative contribuent à rendre manifeste la présence de l'énonciateur et à réaliser son double programme pragmatique, soit gérer les voix qui s'expriment dans son discours et évaluer l'objet thématique dont il discute<sup>4</sup>. Les mécanismes propres à la gestion des voix s'ajoutent, selon Bronckart, à l'infrastructure générale du texte et aux mécanismes de textualisation pour former, ensemble, la matière textuelle.

À partir d'un article intitulé «Autopsie d'une mini-crise» (*Le Devoir*, 11 juillet 1998 : A9), nous allons nous attarder ici spécifiquement aux procédés de langage (Beaudet 1999 : 137) par lesquels l'énonciateur d'une part orchestre les voix énonciatives et leurs effets polyphoniques sur la force de l'argument d'autorité, central ici, et d'autre part modalise les jugements qu'il porte sur les acteurs et les événements. Dans l'article que nous avons choisi d'examiner, les procédés de langage dominant toute l'opération de prise en charge énonciative, d'où notre décision d'en faire le centre de notre analyse. Les procédés de discours, tels l'explication, la comparaison, la description, l'exemplification, parmi d'autres, sont négligés en regard de l'usage des procédés lexicaux, ce qui confère à l'argumentation une valeur émotivement forte et rationnellement faible.

## 2. Le sujet de l'énonciation

L'intérêt d'aborder la question de l'énonciation pour l'étude de textes argumentatifs est bien résumé par Georges Vignaux 1988 : 43 :

*On ne peut traiter d'argumentation sans prendre en compte cette médiation essentielle du sujet énonciateur constituant à chaque discours son propre*

3 Marie-Françoise Morteux 1997 : 99-100 définit ces paradigmes ainsi : «Tout discours met en place, en fonction de son propre propos, un système de coréférence entre des mots différents... Une telle liste forme un paradigme désignationnel.»

4 En effet, d'après Bronckart 1996 : 130, les mécanismes de la prise en charge énonciative «contribuent, d'une part, à la clarification des responsabilités énonciatives (quelles sont les instances qui prennent en charge ce qui est énoncé dans le texte? Quelles sont les voix qui s'y expriment?) et ils traduisent, d'autre part, les diverses évaluations (jugements, opinions, sentiments) qui sont formulées à l'égard de certains aspects du contenu thématique.»

*champ de vérité/erreur : un certain type de renvoi qu'il opère à des objets ou à des domaines, les énonçant comme «réels», voire vrais avec, pour conséquence, l'exclusion d'autres types de représentations du monde dès lors posées comme «erronées».*

Dans cette perspective, donc, au centre du discours est posé le sujet d'énonciation, et ses actions ou opérations traduisent ses opinions, ses connaissances, ses intentions de communication<sup>5</sup> en regard des objets thématiques prédiqués dans le texte. Le plus souvent, le sujet d'énonciation, plutôt que représentant discursif d'une personne seule, représente un collectif d'êtres discursifs dont il se fait le porte-parole<sup>6</sup>. O. Ducrot 1984 : 204 définit ainsi l'énonciateur :

*J'appelle énonciateurs ces êtres qui sont censés s'exprimer à travers l'énonciation sans que pour autant on leur attribue des mots précis; s'ils parlent, c'est seulement en ce sens que l'énonciation est vue comme exprimant leur point de vue, leur position, leur attitude, mais non pas au sens matériel du terme, leurs paroles.*

Les voix de l'énonciation peuvent être définies, par ailleurs, «comme les entités qui assument ou auxquelles sont attribuées [sic] la responsabilité de ce qui est énoncé» (cf. Bronckart 1996 : 324)<sup>7</sup>.

Ainsi, un certain consensus émerge sur le fait que tout discours est le produit d'une construction collective, et que plutôt qu'un individu, il faut voir derrière l'énonciateur principal d'un discours une communauté discursive, c'est-

5 Toujours selon G. Vignaux 1988 : 18, «Tout discours peut être défini comme ensemble de stratégies d'un sujet dont le produit sera une construction caractérisée par des acteurs, des objets, des propriétés, des événements sur lesquels il opère.»

6 Le statut de l'énonciateur est souvent ambigu. Comme le dit C. Kerbrat-Orecchioni 1980a : 167, «il est bien souvent nécessaire d'admettre l'existence superposée et hiérarchisée de différents niveaux d'énonciation ayant des statuts variables.» Pour sa part, K. Flottum 1998 : 113 développe la question des niveaux d'énonciation de cette manière : «Toute phrase signale la superposition de plusieurs points de vue; c'est Nolke 1994 qui adopte le terme de point de vue pour le phénomène désigné aussi par les termes de voix (dans la tradition de Bakhtine) ou d'énonciateur... En ce qui concerne l'interprétation d'un énoncé concret, il s'agit donc de repérer les différents points de vue qui se manifestent et, à un stade ultérieur, d'identifier les êtres discursifs qui constituent l'origine de ces points de vue. Il peut s'agir d'un point de vue de locuteur, être discursif responsable de l'énoncé, ou d'un point de vue de l'allocutaire, être discursif auquel est destiné l'énoncé, ou encore d'autres points de vue ayant comme origine différents êtres discursifs (l'opinion publique, des groupes socio-économiques déterminés, etc.)»

7 S. Bonnafous et P. Charaudeau 1996 : 41 désignent comme acteurs sociaux les responsables des actes de langage, de telle sorte qu'ils soutiennent que «L'enjeu épistémologique consiste à considérer que l'analyse de discours doit rendre compte des systèmes de signification sociale dont la configuration langagière témoigne à la fois des pratiques des individus en tant qu'ils sont des acteurs sociaux, et des représentations qu'ils construisent sur ces pratiques. Autrement dit, les actes de langage non seulement sont porteurs des systèmes de valeurs qui circulent dans un groupe social donné, mais ils expliquent, voire motivent, les comportements.»

à-dire «les groupes sociaux qui produisent et gèrent un certain type de discours», comme l'explique Dominique Maingueneau 1996 : 18. Cette perspective s'impose dans les textes émanant d'institutions, comme c'est le cas dans l'article que nous examinons ici.

La multiplication des voix et leur orchestration par la gestion étroite des caractéristiques et propriétés qui leur sont attribuées sont des procédés à la base du déploiement de l'argument d'autorité convoqué par l'auteur pour réfuter des accusations d'incompétence adressées aux relationnistes par les journalistes. En effet l'article «Autopsie d'une mini-crise», de Henri Comte, rédacteur en chef de la revue *Publics* de la Société des relationnistes du Québec, est un texte d'opinion portant sur la défense du rôle professionnel des relationnistes dans la société. Cet article fait suite à une série d'attaques des médias contre les relationnistes, dans la foulée d'une stratégie ratée de relations publiques mettant en cause la plus grande firme de relationnistes au Canada, National, dont l'auteur prend la défense.

Rappelons brièvement le contexte de l'évènement à propos duquel il y a ici argumentation. Les clients de National étaient Hydro-Québec et les gouvernements du Québec et de Terre-Neuve; l'évènement à médiatiser était l'annonce d'un partenariat entre le Québec et Terre-Neuve pour développer un projet hydroélectrique d'envergure au Labrador, à Churchill Falls. Le mandat de relations publiques avait été confié par Hydro-Québec à la firme National, sans appel d'offres. Le travail de relations publiques devait culminer avec la tenue d'une conférence de presse conjointe des deux premiers ministres impliqués, à Terre-Neuve. L'ensemble des opérations de relations publiques convergeait vers cet évènement médiatique unique, qui n'a jamais eu lieu en raison d'une manifestation organisée par des Innus, communauté autochtone du Labrador. Malgré cela, National a réclamé et obtenu d'Hydro-Québec des honoraires s'élevant à plus de 800 000 \$.

Dans les médias, on a accusé National de surfacturation et d'abus de situation, Hydro-Québec et le gouvernement de pratiquer une politique de favoritisme à l'égard des amis du Parti en accordant un contrat sans appel d'offres, tandis que le premier ministre Bouchard fut soupçonné de manoeuvres électoralistes. À partir d'un cas particulier, les médias ont généralisé à l'ensemble des relationnistes les comportements reprochés à la firme inculpée. On voit dans ce récit succinct pointer la thématique narrative du tort, telle que définie par D. Garand 1998 : 222 :

*Dans le récit polémique, le malaise éprouvé par le Sujet est associé à un Tort : quelque chose est qui ne devrait pas être. Ce Tort crée des victimes*

*(locuteur ou groupe qui l'inclut on non) et il a une origine : personne, idéologie, religion, etc., qu'il faut dénoncer en vue d'une réparation.*

Dans le récit des médias, National occupait le rôle de responsable du Tort, la victime étant désignée comme le public, les contribuables. Le discours médiatique s'est fait polémique, véhément, accusateur. On y mettait en cause l'honnêteté de National en particulier, et des relationnistes en général, invoquant ainsi le principe que les actes sont le reflet des personnes et non des circonstances.

L'article que nous avons analysé ne cède pas à la tentation polémique; on n'y retrouve pas le ton véhément d'usage<sup>8</sup>; il s'agit plutôt d'un exercice de réfutation des implications des propos véhiculés par les médias et des intentions qu'elles manifestent<sup>9</sup>. Pour ce faire, le locuteur procède d'abord à la mise en place de sa crédibilité<sup>10</sup> pour cadrer la réalité (avantageusement pour les relationnistes, désavantageusement pour les journalistes) et faire échec aux jugements des médias<sup>11</sup>. Le débat qui est engagé est typiquement centré sur une argumentation *ad hominem* : ce sont les acteurs de l'énonciation qui sont mis en cause et non les événements auxquels ils ont participé. Le but de l'argumentation est de dissocier l'effet négatif produit par l'événement de la réputation de compétence des acteurs qui en sont responsables.

### 3. La gestion des voix

Le locuteur principal<sup>12</sup> à l'oeuvre dans l'article que nous avons choisi d'analyser s'identifie à une communauté discursive, désignée comme la Société des relationnistes du Québec. Il ne s'agit donc pas d'un locuteur isolé, mais jouissant d'un statut institutionnel, ce qui le rend susceptible de gérer et de mettre en

8 La liste des conditions nécessaires à l'émergence d'un texte polémique, selon C. Kerbrat-Orecchioni 1980b : 24, inclut un discours, une cible ayant tenu un discours adverse, «que l'énoncé polémique intègre, et rejette agressivement, c'est-à-dire en termes plus ou moins véhéments, voire insultants.»

9 Selon Christian Plantin 1996 : 27, «une réfutation serait quelque chose de plus fort qu'une objection. (...) La réfutation prétend clore le dialogue, l'objection appelle une réponse, donc la continuation du dialogue.» Dans l'article analysé ici, l'auteur prétend bien clore le dialogue par son intervention.

10 Comme le souligne D. Maingueneau 1991 : 204 : «Les énonciations d'une formation discursive sont des paroles qui n'ont jamais fini de se justifier...».

11 Cette dynamique argumentative correspond bien à ce qu'en dit Philippe Breton 1996 : 43 : «on s'adresse à l'autre d'abord pour qu'il change sa vision des choses, ensuite pour lui montrer que la nouvelle opinion proposée s'accorde avec cette vision des choses.»

12 «Par locuteur, on entendra un être qui dans l'énoncé est présenté comme son responsable.» (Maingueneau 1991 : 128)

scène dans le discours un réseau de voix (par la distribution de colocuteurs explicites ou de voix anonymes) dont la portée est supérieure à l'effet d'une parole individuelle.

Le signataire de l'opinion se désigne comme président de MEDIANOR et rédacteur en chef de la revue *Publics* de la Société des relationnistes du Québec. Cette désignation est porteuse de caractérisation : le locuteur fait autorité dans son milieu à la fois comme sujet pragmatique et comme sujet cognitif (Greimas et Courtés 1979 : 370). Homme d'expérience et de connaissance, il réunit ainsi deux composantes majeures de la compétence professionnelle, le pouvoir-faire et le savoir-faire. Cette désignation a une portée argumentative : elle légitime ici la prise de parole sur un événement mettant en vedette des acteurs identifiés d'emblée comme des relationnistes, donc participant d'un même monde pragmatique.

Il s'agit bien d'une désignation plutôt que d'une dénomination : le patronyme fait partie de la personne, est une dénomination stable, tandis que les titres de fonction sont contextuels, et leur signification s'actualise dans les discours. La reformulation du patronyme par des titres de fonction fait partie du procédé des anaphores lexicales, tel que défini par Petiot et Reboul 1996 : 131<sup>13</sup>.

En tant que président d'une firme de relations publiques, le locuteur se campe comme personne de pouvoir et ajoute ainsi du prestige à sa position de locuteur individuel. Comme représentant désigné de la Société des relationnistes, il apparaît mandaté par des pairs plutôt qu'automandaté, ce qui augmente sa crédibilité. Du même coup, la Société des relationnistes est posée comme colocuteur du discours. L'autorité polyphonique porte davantage que l'autorité à une voix, et l'autorité est un type d'argument, comme le souligne O. Ducrot 1984 : 167 :

*Le raisonnement par autorité constitue un type de démonstration parmi d'autres et il faudrait le cataloguer à côté du raisonnement par récurrence de l'induction ou du raisonnement par analogie dans un inventaire des types de preuves reconnues comme valides à telle époque, dans telle collectivité intellectuelle.*

Colocuteur, la SRQ cautionne ainsi les propos du locuteur, au long de son article, se fait le porte-parole d'abord des relationnistes en général, puis de la firme National en particulier, derrière laquelle se profilent Hydro-Québec et l'État québécois. Comme le fait remarquer Kerbrat-Orecchioni 1980a : 167,

13 «Un terme, considéré comme objet d'étude, est repris dans un même texte ou dans un autre discours, soit par des anaphores grammaticales soit par des anaphores lexicales. L'ensemble de ces reformulations, au niveau lexical, constitue un paradigme désignationnel (Mortureux 1993). Ce paradigme regroupe une dénomination qui se voudrait le terme le plus adéquat ainsi que des désignations dont la variété repose sur des traits sémantiques donnés par le lexique ou bien sur des relations sémantiques purement discursives.»

«il est bien souvent nécessaire d'admettre l'existence superposée et hiérarchisée de différents niveaux d'énonciation ayant des statuts variables». Dans l'article examiné, non seulement y a-t-il polyphonie, mais encore distribution des voix dans une structure hiérarchique. Dans le texte analysé, le locuteur (occupant la place d'énonciateur principal) et ses semblables, les relationnistes (vocable englobant la firme National), sont situés au bas de la pyramide du pouvoir : «Les communicateurs obéissent à leurs clients, tout en les conseillant», écrit l'auteur, qui, en plaçant les voix de l'énonciation parmi un groupe de colocuteurs, distribue du même coup des rôles assortis d'un degré de responsabilité varié en regard de la tournure des événements. Dans le cas qui nous occupe, le client est Hydro-Québec, qui à son tour est soumis à l'État. Au haut de la pyramide du pouvoir, il y a le gouvernement, assimilé ici aux premiers ministres en cause.

L'autorité polyphonique convoquée ici sert de preuve pour réinstaurer la règle générale, à savoir que les relationnistes sont des professionnels crédibles et que leur travail est légitime (nonobstant l'échec factuel de National). Le discours bâti sur le mode assertif comprend une activité de réfutation en creux : il est motivé par le rejet de l'opinion selon laquelle un cas particulier, soit l'échec d'un événement médiatique dirigé par National, met en cause la communauté entière des relationnistes. Il s'agit d'un exercice de rupture des liens normalement établis entre les actes et la personne.

La désignation des colocuteurs donne lieu aux séries suivantes : 1<sup>o</sup> Les relationnistes, les spécialistes de relations publiques, les cadres et le service des communications, le service des relations publiques, National, des consultants externes, les communications, les conseillers en relations publiques, les communicateurs. 2<sup>o</sup> Hydro-Québec, Terre-Neuve et Québec; les deux premiers ministres; les deux gouvernements; Brian Tobin; Lucien Bouchard; les hauts fonctionnaires de l'État; le gouvernement; les premiers ministres.

Ces séries démontrent que les colocuteurs du discours sont dotés d'autorité dans la société; en donnant aux relationnistes le nom de spécialistes, consultants, conseillers, communicateurs, l'énonciateur bâtit leur reconnaissance sociale, car ces vocables évoquent un classement propre au monde professionnel reconnu, jugé ici reconnaissable par le lecteur<sup>14</sup>. L'association posée comme allant de soi entre relationnistes et institutions ou personnalités politiques tient à leur convocation, ici, dans une même communauté discursive.

14 Christine Develotte 1996 : 143 appelle espace d'exposition discursive l'environnement d'énoncés auxquels sont exposés les acteurs d'une institution. On peut élargir le phénomène à la communauté discursive et ainsi postuler que les lecteurs de cet article sont des personnes qui participent à la communauté des communicateurs publics et, dès lors, qui sont familières avec la portée sémantique des désignations choisies par l'énonciateur parce qu'elles font partie d'un même espace d'exposition discursive.



Par ailleurs, le paradigme de l'État exploité dans le discours met en vedette les personnes des premiers ministres, autorités suprêmes de leurs partis respectifs, et non pas de simples employés de l'État, ce qui confirme l'importance de la caution protégeant le parcours des relationnistes impliqués dans l'affaire, d'une part, et l'importance de l'évènement, d'autre part. Cette projection d'autorité dans la structure du récit des évènements est un argument en faveur du jugement porté par le locuteur principal : un évènement d'exception appelle des traitements d'exception et comporte un risque accru d'échec. On voit bien comment le procédé de gestion des voix d'énonciation a une valeur argumentative.

La constitution des paradigmes désignationnels s'appuie ici essentiellement sur la nominalisation, qui selon Ducrot 1984 : 232 a un statut pragmatique; en étiquetant les relationnistes de communicateurs, de spécialistes, de conseillers, il y a affirmation que ce sont des communicateurs, des spécialistes, des conseillers, donc que le jugement implicite est vrai. Ce renforcement de l'idée de compétence par la nominalisation conduit à sa transformation en présupposé commun à l'énonciateur et à son destinataire. La nominalisation dans la constitution du paradigme désignationnel des coénonciateurs est un donc un procédé d'argumentation qui renforce ici l'idée d'autorité<sup>15</sup>.

Le repérage des procédés de mise en place des voix de l'énonciation fait apparaître leur fonction argumentative ici : ces voix portent l'idée de compétence, d'autorité, donc elles servent à cadrer une réalité connue et reconnue. Le jugement ainsi amené par cette argumentation conservatrice est que l'ensemble des acteurs impliqués dans cette affaire est constitué de personnes hautement qualifiées, responsables et dotées de toutes les qualités nécessaires pour prendre des décisions éclairées. Il s'ensuit que le dérapage de la situation ne peut pas être attribué à l'incompétence de la firme de relations publiques mise en cause en particulier, et encore moins à celle des relationnistes en général. L'argument d'autorité est poussé à la limite de ses possibilités : les faits reprochés aux relationnistes ne peuvent être réels, car ils contredisent la réalité de leur compétence. C'est ainsi que l'enchaînement des évènements malencontreux est selon l'auteur attribuable au hasard, variable sur laquelle personne n'a véritablement de pouvoir.

---

15 C. Plantin 1996 : 61 résume bien la valeur argumentative du mot: «Le mot a donc une double fonction, il désigne et il oriente; ou plutôt, en désignant les choses d'une certaine façon, le mot révèle l'orientation du discours. Loin d'être un simple "élément" du discours, le mot est ainsi l'hologramme du discours.»

#### 4. L'évaluation

Si la gestion des voix de l'énonciation permet au locuteur principal de cadrer la réalité en sa faveur, l'évaluation des objets thématisés dans le discours lui offre la possibilité de recadrer certains éléments de la réalité qui sont source de perceptions conflictuelles. Ces objets sont d'abord l'évènement incriminant, ensuite les médias responsables des attaques contre les relationnistes. Dans l'article que nous examinons, les acteurs et leurs qualifications occupent le premier plan de la réalité discursive, et non pas l'évènement. Dans la polémique des médias, l'évènement et ses caractéristiques occupaient le devant de la scène. Ce renversement de perspective n'est pas innocent, il traduit ce que l'analyse de la gestion des voix laisse apparaître, à savoir que la stratégie argumentative privilégiée dans cet article est basée essentiellement sur l'argument d'autorité. Toutefois, l'article ne pouvait pas se détourner complètement de l'évènement.

On remarque, cette fois-ci encore, que l'évaluation des énoncés, relevant de la théorie des modalités, s'obtient davantage par des procédés lexicaux que par des procédés de discours. Bronckart 1996 : 329, à l'instar de plusieurs autres analystes<sup>16</sup>, propose une classification des modalités en quatre catégories : logiques, déontiques, appréciatives et pragmatiques.<sup>17</sup>

Quoique l'évènement ne soit pas l'objet principal de la thématisation dans ce texte, il est soumis à un exercice de modalisation appréciative grâce aux procédés de nominalisation et de reformulation. En nommant et en reformulant l'évènement, l'énonciateur introduit un point de vue appréciatif dans son propos. Voici la série pseudosynonymique désignant l'évènement : l'entente entre Terre-Neuve et Québec pour le développement de la Basse-Churchill; l'entente historique de Churchill Falls, ce projet hydroélectrique, une deuxième Baie James, une entente historique.

Le paradigme désignationnel porte l'idée explicite d'un évènement de grande importance, ce qui conduit le lecteur à induire le jugement selon lequel à grand évènement, grand déploiement de relations publiques. Mais la stratégie de la désignation basée sur l'introduction d'un jugement appréciatif est ici insuffisante pour réfuter les jugements négatifs contre lesquels l'article s'inscrit en faux, à savoir que l'évènement ne justifiait pas la facture du travail des

16 Voir, entre autres, D. Maingueneau 1991, G. Vignaux 1988, S. Moirand 1979.

17 Bronckart 1996 : 329 souligne que les modalités logiques consistent en «une évaluation de certains éléments du contenu thématique [...] sous l'angle de leurs conditions de vérité»; les deuxièmes, sous l'angle de l'obligation sociale et/ou de la conformité aux normes en usage; les troisièmes expriment «le monde subjectif qui est à la source de ce jugement» et, enfin, les quatrièmes «contribuent à l'explicitation de certains aspects de la responsabilité d'une entité constitutive du contenu thématique eu égard aux actions dont elle est l'agent».

relationnistes. La désignation apparaît ici ressortir d'un raisonnement fondé sur la subjectivité du locuteur, trop clairement juge et partie.

Une autre manière de recadrer la réalité consiste à déplacer le centre de gravité du débat de l'évènement sur les acteurs, et à disqualifier le responsable du jugement négatif faisant l'objet de la réplique. Les médias ou journalistes sont, dans cet article, un objet examiné et évalué, ils ne sont pas considérés comme partenaires de l'énonciation. Les coénonciateurs de cet article sont à comprendre comme le lectorat du *Devoir*, soucieux de vérité. Dans l'article, on peut lire, par exemple : «Pendant 13 jours, tous les journaux en ont fait leurs choux gras...»; «le traitement journalistique est apparu spécieux...»; «plusieurs journalistes ont occulté les enjeux...»; «l'opposition libérale versera aussi dans cette récupération partisane (Jean Charest, Lysiane Gagnon)...»; «Plusieurs communicateurs pensent que... les journalistes ont flairé un scandale potentiel...»

La disqualification s'appuie ici sur la modalisation pragmatique des énoncés : *faire leurs choux gras, occulter, traitement spécieux, verser dans la récupération, flairer le scandale* ne sont pas des éléments descriptifs, mais bien évaluatifs. Ces unités linguistiques «introduisent un jugement relatif à l'une des facettes de la responsabilité d'un personnage eu égard au procès dont il est l'agent.» (Bronckart 1996 : 132) Ce qui est mis en cause ici par ce procédé, c'est l'intention malveillante des médias. Le procès d'intention est un argument bien connu et il prend forme, ici, par des procédés de langage. Il ne résulte pas d'une description ou d'une explication de type rationnel.

S'étant abstenu de centrer son argumentation sur un recadrage systématique des faits incriminants, le locuteur renforce le lien entre l'argument d'autorité et la thèse qu'il soutient en usant de la modalisation déontique : «*il était donc impérieux* de tout mettre en place»; «*Il fallait* non seulement informer...», ainsi que de la modalisation logique : «*Indéniablement*, les deux gouvernements ont agi...»; «Il est *toutefois généralement admis* que le choix de National était largement fondé...»; «Les premiers ministres ont vu gros. *C'est indéniable* et c'est aussi compréhensible...»; «Il est *vrai* que le service des relations publiques...»; «Il était *clairement* avantageux de faire appel à des consultants externes...»

## 5. Conclusion : une argumentation *ad hominem*

Force est de constater que la lexicalisation comme stratégie de prise en charge énonciative ajoute peu à l'aspect rationnel, factuel de l'argumentation. Cette stratégie est plutôt responsable de la mise en discours (mise en scène?) d'états émotifs, contribuant à représenter l'éthos de l'argumentateur. L'article

que nous avons examiné est très chargé d'indices d'énonciation, ce qui le désigne d'emblée comme faiblement basé sur une argumentation de type rationnel. Comme le rapporte Plantin 1996 : 72, le philosophe anglais du 17<sup>e</sup> siècle John Locke opposait l'argumentation *ad rem*, «qui porte sur les choses elles-mêmes, sur l'objet, le fond du débat, indépendamment des débatteurs» aux argumentations *ad hominem*, sur la personne, l'autorité ou l'ignorance, qui ont «ceci de commun qu'elles ne sont pas analysables hors de l'interaction et, par voie de conséquence, hors des intérêts des locuteurs qui y participent.»

La conclusion vers laquelle tend toute l'argumentation en oeuvre dans l'article examiné repose largement, sinon entièrement, sur une argumentation de type *ad hominem*, les buts étant simultanément de réhabiliter les relationnistes bafoués et de disqualifier les journalistes. De cette manière, les faits, c'est-à-dire la facture de National, les actions qu'elle prétend comptabiliser et les modalités du contrat entre National et Hydro-Québec, ne sont pas discutés en regard de normes au-dessus des intérêts étroits des personnes impliquées dans cette affaire. «Qu'une opération réussisse ou pas, les coûts sont les mêmes», conclut Henri Comte, pour qui la qualité du travail des relationnistes ne peut être remise en cause, pas plus que la firme National, car l'échec est ici attribuable à des causes externes et non prévisibles.

Gilles Gauthier 1995 : 175 définit ainsi le type d'argument *ad hominem* de type personnel exploité par l'auteur de l'article et par ses adversaires, les médias : «Si l'on peut mettre en cause la personne du locuteur dans le but de s'attaquer à la position qu'il préconise, comme c'est le cas dans l'argument *ad hominem* circonstanciel, il arrive également qu'on s'attaque spécifiquement à la personnalité ou au comportement du locuteur, sans égard à une idée ou à un point de vue qu'il défend. [...] Cette forme d'argumentation du genre "X est un incompetent!" ou "Y ne mérite pas la confiance du peuple!" ne cherche pas à discréditer une idée en faisant valoir un aspect négatif ou péjoratif de la personne qui la formule, mais à s'en prendre directement à cette personne.»

En choisissant ce type d'argument centré sur la personne, l'auteur et les médias incriminés par celui-ci évitent un débat de fond sur les pratiques en cours dans les firmes de relations publiques et les relations ambiguës qu'elles entretiennent avec les gouvernements et leurs institutions. Ils évitent également de discuter des événements et des enjeux politiques que recouvrent les interventions des relationnistes, ce qui exigerait des développements discursifs basés sur des explications, des narrations, des descriptions factuelles, toutes choses qu'évitent de plus en plus les médias<sup>18</sup>.

---

18 Voir Beaudet 2000.

La rhétorique lexicale sert bien le déploiement de l'argument d'autorité, variante de l'argument *ad hominem*, et l'argument d'autorité est l'expression d'une pensée conservatrice (Breton 1996), peu ouverte sur le débat et la discussion, et plutôt encline à la simplification des enjeux, comme en témoigne l'article examiné ici.

## Références

- BEAUDET, C. 1999 «Créativité lexicale et dérive axiologique : le cas du dossier tabac», dans Hélène Guy, André Marquis et coll., *Le choc des écritures. Procédés, analyses et théories*, Québec, Nota Bene, p. 137-145.
- BEAUDET, C. 2000 «Rédaction professionnelle et considérations éthiques», à paraître dans *Ethica* 12 : 2, UQAR.
- BONNAFOUS, S. et P. CHARAUDEAU, 1996 «Les discours des médias», dans *Le discours : enjeux et perspectives, Le français dans le monde*, numéro spécial, juillet, p. 39-45.
- BRETON, P. 1996 *L'argumentation dans la communication*, Paris, La Découverte.
- BRONCKART, J.-P. 1996 *Activité langagière, textes et discours*, Lausanne, Delachaux et Niestlé.
- COMTE, H. 1998 «Autopsie d'une mini-crise», *Le Devoir*, 11 juillet, p. A9.
- DEVELOTTE, C. 1996 «Les interactions discursives en jeu dans un système éducatif», dans *Le discours : enjeux et perspectives, Le français dans le monde*, numéro spécial, juillet p. 142-149.
- DUCROT, O. 1984 *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- FLOTTUM, K. 1998 «Le mot du P.D.G. – Descriptif ou polémique?», dans Y. Gambier et coll., *Discours professionnels en français*, Paris, Peter Lang, p. 219-230.
- GARAND, D., A. 1998 «Propositions méthodologiques pour l'étude de la polémique», dans D. Garand, A. Hayward et coll., *États du polémique*, Québec, Nota Bene, p. 211-268.
- GAUTHIER, G. 1995 «L'argumentation périphérique dans la communication politique : le cas de l'argument *ad hominem*», dans *Argumentation et rhétorique (II)*, Hermès 16, Éditions du CNRS, p. 167-186.
- GREIMAS, A. et J. COURTÉS 1979 *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. 1980a *L'énonciation*, Paris, Armand Colin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. 1980b «La polémique et ses définitions», dans *Le discours polémique*, Presses universitaires de Lyon, p. 3-40.
- LÈBRE, M. 1994 «Formes de didacticité dans des discours médiatiques, Présentation», *Les carnets du Cediscor* 2, Presses de la Sorbonne Nouvelle, p. 111-114.
- MAINGUENEAU, D. 1991 *L'analyse du discours*, Paris, Hachette.
- MAINGUENEAU, D. 1996 *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Mémo/Seuil.

- MOIRAND, S. 1979 *Situations d'écrits*, Paris, Clé International.
- MORTUREUX, M.-F. 1993 «Paradigmes désignationnels», *SEMEM* 8, Université de Franche-Comté, p. 121-142.
- MORTUREUX, M.-F. 1997 *La lexicologie entre langue et discours*, Paris, SEDES.
- PERELMAN, C. 1970 *Le champ de l'argumentation*, Presses universitaires de Bruxelles.
- PETIOT, G. et S. REBOUL 1996 «Les mots entre langue et discours», dans *Le discours : enjeux et perspectives, Le français dans le monde*, numéro spécial, juillet, p. 131-141.
- PLANTIN, C. 1996 *L'argumentation*, Paris, Mémo/Seuil.
- VIGNAUX, G. 1988 *Le discours acteur du monde*, Paris, Ophrys.

## ANNEXE

LE DEVOIR, LES SAMEDI 11 ET DIMANCHE 12 JUILLET 1998

### IDÉES

#### Autopsie d'une mini-crise

Le choix de la firme National pour l'opération de presse de Churchill Falls était largement fondé

HENRI COMTE

Président de Médianor inc. et rédacteur en chef de la revue *Publics* de la Société des relationnistes du Québec

La Société canadienne des relations publiques vient de célébrer le 50<sup>e</sup> anniversaire de sa fondation à Montréal. Malgré toute la légitimité et la crédibilité dont jouissent les relationnistes, le travail des spécialistes en relations publiques demeure mystérieux ou suspect, au bas mot. L'exemple de l'annonce de l'entente entre Terre-Neuve et Québec pour le développement de la Basse-Churchill est un cas d'espèce. Exactement deux semaines avant la fin de la session parlementaire, une mini-crise s'est emparée des médias et de la classe politique québécoise.

Pendant 13 jours, tous les journaux en ont fait leurs choux gras et le corpus des articles de la presse écrite comporte plus de 75 pages. Tant de choses ont été dites que le citoyen moyen ne peut y voir clair. Dès le début, le traitement journalistique est apparu spécieux et on a parlé de «conférence de presse» pour désigner plus de 3688 heures de consultation, de négociations, de rencontres, de présentations, de rédaction, de liaison, etc.

Ainsi, *Le Soleil* du 11 juin titrait à la une: «*La conférence de presse a coûté 700 000 \$!*» Le lendemain, *The Gazette* écrivait: «*[...] a tab of more than \$ 1 million for a press conference in Churchill Falls*»; le samedi 13 juin, les éditorialistes de ce quotidien écrivirent: «*A \$ 780,000 press conference*» (p. B-4) et le même jour, la journaliste qui couvre l'affaire écrivit: «*A botched press conference [...] officially passed the million-dollar mark yesterday...*» (p. A-17); le lendemain, *Le Soleil* écrit à la une que «*La conférence de presse tenue en mars dernier a coûté 700 000 \$ [...]*»; le 15 juin, toujours dans *Le Soleil*: «*Oui, la conférence de presse a coûté trois quarts de million de dollars*» (p. A-5); et le même jour, Donald Charrette écrit: «*...ce gaspillage de fonds publics pour la tenue d'un événement d'une seule journée*» (p. B-6); le 16 juin, une dépêche de la PC mentionne que «*la conférence de presse ratée du 9 mars (...) a quand même coûté la rondelette somme de 840 000 \$.*»

Ce n'est que six jours plus tard que Louis-Gilles Francoeur, dans *Le Devoir* du 17 juin, remet les pendules à l'heure. Il indique que «*le mandat confié par Hydro-Québec englobait autant la définition des enjeux et objectifs de l'opération*» ce que les cadres et le service des communications d'Hydro-Québec «*démembre faute d'argent, n'auraient plus été en mesure de faire*». Il est vrai que le service des relations publiques d'Hydro-Québec était considéré autrefois comme le plus important au Québec: 400 personnes (aujourd'hui 84 personnes, budget 18 millions \$). C'est maintenant National qui est devenu la plus grande boîte de relations publiques (275 personnes au Canada). En effet, si Hydro-Québec avait pu organiser les événements entourant l'entente historique de Churchill Falls, qu'auraient fait les employés affectés au projet le reste de l'année? Pour un événement de ce genre, il était clairement avantageux de faire appel à des consultants externes.

#### Des enjeux importants

Plusieurs journalistes ont occulté l'importance des enjeux. Après plus de 25 ans de mésentente entre Terre-Neuve et le Québec au sujet des contrats de la Churchill Falls (phase I), les deux premiers ministres signaient une entente pour la phase II de 11,8 milliard \$. Ainsi, la perspective de 60 000 emplois-

année était annoncé! Dans cette optique, comme le soulignait Michel Venne, les montants relatifs aux communications représentent «une peccadille» (*Le Devoir*, 23 juin).

Il était donc impérieux de tout mettre en place afin de présenter ce projet hydroélectrique et la signature de cette entente historique entre les deux gouvernements provinciaux sous son meilleur jour. Il fallait non seulement informer les citoyens au coût de 1,21 \$ par Terre-Neuve, et de 16¢ par Québécois – ce qui est moins dispendieux qu'une lettre affranchie – mais aussi les bailleurs de fonds, investisseurs, institutions financières, etc. Imaginez la somme d'argent représentée par la fluctuation d'un dixième de point des taux d'intérêts sur un investissement pareil, sur 25 ans! Indéniablement, les deux gouvernements ont agi dans le sens de l'intérêt commun.

#### Cheval de bataille pour l'opposition

Brian Tobin dira «*je crois que c'est de l'argent bien dépensé*» mais pour le chef de l'opposition, Ed Byrne: «*Quand un gouvernement est davantage préoccupé par son image que par le bien-être de ses concitoyens, il ne devrait plus avoir le privilège de gouverner*» (*La Presse*, 16 juin). Au Québec, l'opposition libérale versera aussi dans cette récupération à des fins partisans des choix communicationnels du gouvernement.

Le chef du PLQ, Jean Charest, n'ira pas avec le dos de la cuiller et accusera le gouvernement d'avoir filmé au Labrador «un documentaire» pour sa campagne électorale. Ce que nieront Lucien Bouchard, Brian Tobin et Peter Georges de Force Multimédia, la boîte recrutée pour les retransmissions et l'organisation technique. *Le Soleil* du 14 juin tirera à la une: «*Gaspillage de fonds publics à des fins partisans, accuse Charest*». Lysiane Gagnon fera écho de cette idée: «*On allait à Churchill Falls pour recueillir du matériel visuel avantageux pour la future campagne électorale*» (*La Presse*, 18 juin), ainsi que *The Gazette* (lettre d'un lecteur, 27 juin).

Force Multimédia avec ses 17 machinistes, éclairagistes et autres attachés aura quand même permis la diffusion du *Point* – avec Lucien Bouchard – alors que les équipes techniques de la Société Radio-Canada demeuraient bloquées. La SRC a déplacé 21 personnes, procédé à la location d'un avion, au déplacement de trois camions techniques et établi un lien satellite particulier (*Le Soleil*, 15 juin). Les coûts inhérents à cette opération ne seront pas connus puisque les sociétés de la Couronne fédérale ne sont pas soumises à la Loi sur l'accès à l'information.

Par ailleurs, Force Multimédia n'a pas seulement facturé Hydro-Québec (261 881 \$) mais également la Newfoundland & Labrador Hydro (220 914 \$). Or personne n'a accusé M. Tobin de fabriquer «un documentaire» pour une éventuelle campagne électorale. Hydro-Québec aura aussi déplacé 21 journalistes de Montréal et de Québec qui ont payé chacun 450 \$ pour leur passage. Les tarifs des compagnies aériennes sont habituellement de l'ordre de 2000 \$.

#### Le choix de National

Confidentialité, capacité d'exécution, réseau de contacts. Trois bonnes raisons de faire appel à National, invoque-t-on au cabinet du premier ministre. Luc Lavoie a beau avoir été chef de cabinet de Lucien Bouchard, il avait été journaliste à Ottawa pendant une dizaine d'années et connaissait bien Brian Tobin. De plus, plusieurs conseillers en relations publiques chez National ont l'habitude de travailler avec Hydro-Québec. Ces derniers connaissent très bien la culture d'entreprise de la société d'État et les enjeux de l'hydroélectricité en rapport avec les vaises-hésitations des «alliés» et des «opposants» à ce type de projet.

Quant à la décision de procéder sans appel d'offre – l'urgence de la situation, l'importance des enjeux et la nécessaire confidentialité ont justifié les décisions des hauts-fonctionnaires de l'État, des clauses dérogatoires existant dans les textes de la loi. Bien sûr, on aurait pu faire appel aux propositions d'Optimum relations publiques, Concordia communications et affaires publiques, le Groupe BDDS ou quelques autres firmes reconnues.

Cette dernière firme de relations publiques a d'ailleurs une longue feuille de route avec le gouvernement péquiste et Hydro-Québec et s'appuierait sur un collègue terreneuvien, le cas échéant. Il est toutefois généralement admis dans le milieu des relations publiques québécoises qu'étant donné la complexité du mandat et les délais impartis, le choix de National était largement fondé.

On discute cependant beaucoup sur la stratégie de communication retenue par la firme de relations publiques dans le difficile contexte que l'on connaît. Plusieurs communicateurs ont mentionné qu'ils auraient tenu l'événement du 9 mars ailleurs – où cela aurait coûté moins cher. Ils pensent que même si M. Tobin insistait pour que l'opération de presse se tienne au Labrador, ils auraient tenté de lui faire changer d'idée.

#### Une deuxième baie James

Une deuxième baie James et une entente historique mettant fin à un différent interprovincial qui dure depuis une génération ont été éclipsées, dans un premier temps par une manifestation d'Innu et, dans un second temps par les dépenses entourant les communications.

Les premiers ministres ont vu gros. C'est indéniable et c'est aussi compréhensible. Plusieurs journalistes en sont venus à réduire les communications à «un point de presse à la sauvette dans une maison privée» (*La Presse*) ou dans une «tente» (*The Gazette*). Plutôt que de flairer une bonne affaire, ils ont préféré flairer un scandale potentiel. «*Ne laissez jamais les faits intervenir dans un bon topo*», dira un relationniste.

Les communicateurs obéissent à leurs clients, tout en les conseillant. Qu'une opération réussisse ou pas, les coûts sont les mêmes. Les cabinets d'avocats fonctionnent de la même façon. Pour ces cabinets, comme pour les cabinets de relations publiques, la confidentialité et le secret professionnel sont une règle d'or.

[retranscription intégrale]